

**Universidad del Salvador**

**Facultad de Ciencias de la Educación y de la**

**Comunicación Social**

**Tesis Monográfica: Los diarios nacionales y**

**las noticias del interior**

**Realizado por Sofía Corral**

**Materia: Seminario de Investigación**

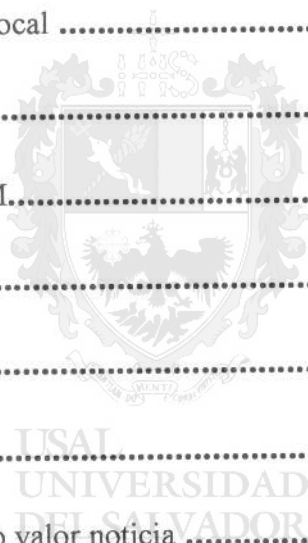
**Periodística**

**Cátedra Profesor Raúl Bursaco**

**Buenos Aires, 9 de Diciembre de 1999**

# Indice

<b>Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo I.....</b>	<b>4</b>
La prensa ante los demás medios .....	5
Ventajas y Desventajas de la prensa escrita .....	8
El espacio y la publicidad .....	9
La situación de la prensa escrita en América Latina .....	10
Replanteo .....	11
Controles informativos a nivel local .....	15
Algunas Críticas .....	16
Obstáculos para establecer SCM.....	17
Ventajas de los SCM.....	18
Citas Bibliográficas.....	19
<b>Capítulo II.....</b>	<b>20</b>
La proximidad geográfica como valor noticia .....	21
<b>Capítulo III.....</b>	<b>25</b>
La globalización .....	26
Los medios locales en un panorama global .....	27
El uso de Internet.....	30
El blanqueamiento de Internet .....	31
El fin de papel .....	33



<b>Capítulo IV .....</b>	<b>36</b>
Lo real y lo local .....	36
La noticia más cercana .....	38
El caso La Nación .....	40
<b>Capítulo V .....</b>	<b>42</b>
Estrategias locales en tiempos de globalización .....	43
Nuevas ventanas .....	46
Revisión de los planes .....	47
La información local, última meta del siglo xx .....	48
Volver a los orígenes .....	49
Prensa y tecnología .....	50
Prensa local y marketing .....	51
Previsión de futuro .....	51
Citas bibliográficas .....	54
<b>Capítulo VI .....</b>	<b>55</b>
El caso de España .....	56
Prensa diaria .....	58
<b>Capítulo VII .....</b>	<b>60</b>
En busca del lector perdido .....	61
En Chile .....	63
Un diario para un lector .....	64
Redefinir las noticias .....	65



Imágenes cómodas, letras aburridas .....	67
Tentar a los niños .....	69
Nuevo esfuerzo redaccional .....	73
Favorecer la personalización .....	76
Incremento de suplementos .....	78
Expectativas de la prensa electrónica .....	79
Citas Bibliográficas .....	81
<b>Conclusión</b> .....	<b>82</b>
<b>Apéndice</b> .....	<b>84</b>
<b>Bibliografía</b> .....	<b>86</b>



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

# Introducción



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## **Introducción**

A fines de este milenio sin duda la globalización es un fenómeno que nos afecta a todos. No es solamente un proceso que alcanza a la economía mundial sino que ya influye sobre la educación, la cultura y también a los medios de comunicación.

Sin embargo, a medida que nos alcanza ese bombardeo de información es precisamente que surge ese sentimiento de perpetuar lo propio. Esto está conduciendo a una revalorización de lo local.

La necesidad de procurar que lo más ancestral se mantenga, la supervivencia de los símbolos distintivos de las comunidades, el apoyo a las tradiciones y la potenciación de las lenguas propias ha gestado este nuevo impulso de lo local para evitar que estos valores se pierdan en ese proceso de homogeneización voraz que está trayendo consigo la globalización.

El principal pilar sobre el que se sustenta la revalorización de lo local es la cultura: las costumbres heredadas de un pasado común, el folklore, los valores propios de una comunidad que la hacen diferentes de los demás.

En este trabajo se resalta que a medida que surge ese sentimiento de lo local se detectan dos fenómenos en los diarios de tirada nacional: la regionalización y la profundización de temas locales.

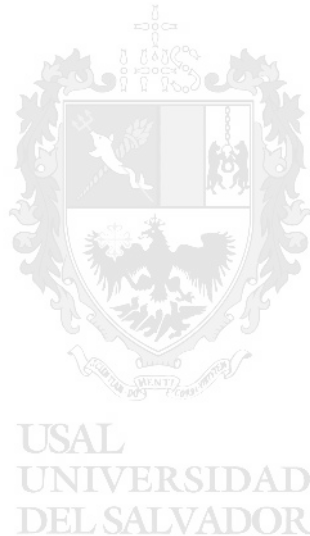
El primer fenómeno surge a través de la cobertura de mayor cantidad de hechos del interior del país. Incluso surgen columnas semanales que informan hechos de diferentes localidades de Argentina, tal como se describe en el capítulo séptimo.

Por otro lado, surgen suplementos que se dedican a profundizar los problemas y las buenas noticias de un determinado barrio.

Los medios de comunicación son conductores de la riqueza cultura de las diferentes comunidades presentes en nuestras sociedades, y es que cultura y comunicación están íntimamente ligadas y prácticamente no se puede hablar de una sin hacer referencia a la otra.

Se ha dicho siempre que la información local es la más cercana al ciudadano, la que más le interesa porque le afecta más. Es verdad en cierto modo, pero no podemos considerar tal afirmación como la regla de oro de la estrategia informativa de nuestros días.

Al lector lo que más le atrae es la noticia del día, y en muchos casos independientemente del lugar donde ocurre. No podemos caer en localismos que rocen a veces el absurdo y que desorienten a los lectores.



# Capítulo I



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR



## **Capítulo I**

### **La prensa ante los demás medios de comunicación**

Los últimos veinte años trajeron a las comunicaciones cambios extraordinarios. Estas transformaciones se relacionan con el desarrollo de nuevos medios de comunicación, que alteraron la forma en que los diarios operaban. Por más de doscientos años el periódico ha sido tradicionalmente el medio de información más importante en todo el mundo. Sin embargo, en la actualidad existe una gama de ofertas informativas que se suman a la prensa escrita.

Estamos en condiciones de afirmar que el periódico no desaparecerá, sino que sobrevivirá a los cambios. Sin embargo, debemos recalcar que cambiará y en algunos aspectos las evoluciones ya están a la vista. Se pueden destacar algunos recursos que hasta el momento estaban desaprovechados.

“Eventualmente estos cambios no sólo influirán en procesos técnicos, sino también en políticas editoriales, contenido de las noticias, métodos de reportaje, ley y ética periodísticas; en resumen en todo aspecto del negocio periodístico” (1)

La televisión por cable, las computadoras personales y ahora Internet son parte de los nuevos medios de comunicación. Los bajos costos hicieron que en la actualidad se encuentren a disposición de la mayoría del público. Un ejemplo de ello es que hoy en día por alrededor 30 pesos se puede tener acceso a cientos de periódicos en formato electrónico mediante terminales de computadora.

Otro ejemplo es el siguiente: “Atari demostró la extraordinaria cantidad de dinero que podía ganarse en el entretenimiento relacionado con computadoras. Pero quizás es más